

美国高物价逼出故意“漏扫族”

调查显示美国近三成消费者承认购物时有过“顺手牵羊”行为

新华社专特稿 美国在线贷款平台贷款树公司前段时间发布的一项调查显示,主要出于对高物价的不满,27%的美国消费者在自助结账时故意漏扫部分商品并将其“顺走”,这一比例较2023年增加15%。

贷款树公司今年10月就自助结账话题调查了2050名美国消费者,得出上述结论。

调查显示,承认有过上述偷窃行为的受访者中,约47%表示经济环境迫使他们偷窃;近46%称物价飙升,涨价迫使其偷窃;39%认为如今的物价令人“感觉不公平”。

在因偷窃被抓现行的人群中,31%并无悔意;表示会再次“出手”的比例达55%,其中60%表示最可能“顺走”基本必需品。

英国《每日邮报》前段时间援引贷款树公司首席消费金融分析师马特·舒尔茨的话报道,偷窃情形增加,反映了高昂生活成本给普通人带来的挫败感,以及人们对生活状况好转的希望日益渺茫。

“尽管人们知道偷窃有错且多数人明白其中风险,但艰难时期需要艰难抉择,显然许多人甘愿冒险。”

调查显示,自助结账机在美国仍广受欢迎,55%的受访者表示喜欢这种结账方式的快速与便捷。

与此同时,69%的受访者认为自



在美国新泽西州北伯根,人们在一家超市购物。
新华社发

助结账方式更容易引发偷窃行为,其中,出生于二战后的“婴儿潮”一代和出生于上世纪60年代中期至70年代末的“X一代”更同意这种观点,比例分别达77%和70%。

涉及实际偷窃行为时,出生于上世纪80年代至90年代中期的“千禧一代”承认至少有过一次偷窃行为的比例最高,达41%;如今处于18岁至28岁年龄段的“Z一代”成年人中承认偷窃的约占37%;“婴儿潮”一代,仅占2%。

此外,承认自助结账时有过偷窃行为的男性比例是女性的两倍多,男性中这一比例为38%,女性为16%。家中有18岁以下未成年子女的成年人承认未扫描商品编码就拿走的比例达44%;无子女成年人的这一比例为19%;子女已成年的父母中,约7%承认曾“顺手牵羊”。

贷款树公司前段时间发布的另一项调查结果显示,近三分之一的美国企业计划在6个月内提高商品价格,这反映出美企越发倾向于将更高的投入和

进口成本转嫁给消费者。

美国田纳西大学讲师亚历克斯·比恩认为,涨价反映出企业主对美国经济前景的悲观情绪。

分析师和企业高管表示,大规模的价格上涨可能加剧通胀,波及美国家庭预算并影响美国联邦储备委员会的货币政策。

舒尔茨说,人们目睹物价多年攀升,同时零售商利润持续增长。“我理解人们的沮丧,但不应该纵容消费者不付钱就离开商店。”

国际副刊·连载·广告

明年全球民航客运量将创新高

万象

新华社微特稿 国际航空运输协会日前预计,2026年全球航空业旅客运输量将达到创纪录的52亿人次。

国际航空运输协会发布对全球航空业的最新展望数据。

2025年全球航空业的旅客运输量预计达49.8亿人次,2026年预计将达52亿人次,比2025年增长4.4%,创下历史新高。

根据预测,2026年全球航空业总收入将达1.053万亿美元,较2025年的1.008万亿美元增长4.5%,其中,乘客票务收入将达约7510亿美元,货运收入将达约1580亿美元,辅助及其他收入预计达约1450亿美元。

盈利方面,预计2026年全球航空业的盈利将达410亿美元,高于2025年的395亿美元,利润率约为3.9%,

与2025年持平。

国际航空运输协会理事长威利·沃尔什说,考虑到航空业占全球经济份额近4%,支撑8700万个就业岗位,其利润率显得微不足道。

他说,航空公司运送一名乘客的平均利润仅为7.9美元,还比不上苹果公司卖出一个手机保护壳所获利润。

沃尔什还说,美国政府出台带有保护主义色彩的关税政策后,2025年航空货运在全球贸易活动的调整中发挥了关键作用。

航空货运企业灵活应对激增的需求,使得在新关税税率生效前交付产品、原本运往美国的商品转运到新市场等需求得以满足。

国际航空运输协会指出,新一年,全球航空业仍面临供应链瓶颈导致的成本上涨、欧洲等地的监管压力日益增加、全球地缘政治冲突和贸易疲软等问题带来的挑战。

美国小浣熊“醉闹”烈酒铺

新华社微特稿 美国弗吉尼亚州日前发生一桩趣事:一只浣熊闯进一家专门卖酒的店铺,打翻酒瓶后一番“畅饮”,最后醉倒在卫生间地板上。店内监控视频画面在网上传开,吸引大量点击。

据美联社日前报道,这起事件发生在11月底,事发店铺位于弗吉尼亚州的阿什兰。这只浣熊夜间闯进店内,撞翻了底层货架上的威士忌等烈酒,索性痛饮起来。

天亮后,走进商店的店员傻了眼:各种酒瓶散落一地,地板上流淌着美酒,而“罪魁祸首”浣熊早已

酩酊大醉,趴在卫生间地板上呼呼大睡。

当地动物保护部门工作人员萨曼莎·马丁闻讯赶到现场并带走了浣熊。这桩任务为她贡献了一天的“笑料”。

她说,浣熊是滑稽的小动物,这只浣熊估计是从屋顶瓦片间掉下来,在店铺里胡闹一通、见啥喝啥。

动物保护机构稍后确认,这只醉酒的浣熊“大睡几小时”后才醒过来,所幸没有受伤迹象,随后被放归野外。希望它吸取教训,从此“好好做浣熊,别再喝大酒”。

加州频发误食毒蘑菇事件

新华社微特稿 美国加利福尼亚州日前发生多起居民误食毒蘑菇的事件,已有1人死亡,另有多人被送进重症监护室。该州卫生部门提醒民众:野生蘑菇很可能有毒,不要采摘!

据美联社此前报道,加州卫生部门12月5日通报,近期确诊的21起中毒案例可能因误食死帽菇等毒蘑菇引起。如蒙特雷县多名居民在一家公园采摘蘑菇,食用后出现不适症

状,旧金山湾区也发生多起食用蘑菇中毒事件。

在这些误食毒蘑菇者中,已有一名成年人死亡,另有数人肝脏严重受损。

加州卫生部门提醒,雨天非常适宜蘑菇生长,死帽菇等毒蘑菇的外形和味道与可食用蘑菇相似,人们误食后会中毒乃至丧命。卫生部门建议居民在这一高风险时节不要采摘任何野生蘑菇。

日本无人继承遗产总额创新高

新华社微特稿 统计数据显示,2024财年,日本因无人继承而归入国库的财产总额达1291亿日元(约合58.7亿元人民币),创下2013财年有相关记录以来的历史新高。

日本广播协会以日本最高法院为消息源报道,该国法律规定,一个人去世时若没有配偶、子女、父母、兄弟姐妹等继承人,或未订立遗嘱,原则上无人可依法继承此人财产。此类财产需经家庭法院指定的清算人结清未缴税款、丧葬费及其他相关费用,其余收归国家所有。

统计数据显示,2024财年日本国库收到的相关款项约为2013财年

的3.8倍。

日本广播协会说,无人继承财产增加的一个关键原因是独居老人数量持续攀升。这一现象与出生率下降、人口老龄化、单身人口比例上升等多种原因有关。

日本遗产继承相关机构律师吉田修平说,有的人即使去世时有法定继承人,但该继承人也可能出于各种原因,不愿意办理相关手续,从而放弃继承。他认为,去世时没有继承人的日本老人数量还会进一步增加,不过,这些老人也可提前订立遗嘱,将财产留给自己的看护者或捐给慈善机构。

热带气旋袭来,当地居民设立社区厨房织起互助网络

一锅热饭,传递斯里兰卡赈灾暖意

新华社科伦坡电 今年11月末到12月初,热带气旋“迪特瓦”席卷斯里兰卡,造成600多人遇难、200多万人受灾。

前段时间,斯里兰卡首都科伦坡的维杰拉玛街区一幢三层小楼及其院落,成了当地居民为援助灾民自发设立的社区厨房。

在这里,记者看到,一锅锅冒着热气的黄米饭、鹰嘴豆泥和蔬菜咖喱被抬上首尾相接的长桌。长桌两旁,戴好口罩和手套的志愿者们立即将锅里的饭菜打包,整齐码放进纸箱,等着车辆过来运走。

“这次极端天气是11月27日开始的,我们的社区厨房第二天就开始运转了。”这里的志愿者告诉记者。

为帮助受灾同胞,维杰拉玛街区的居民们想到了最直接也最淳朴的支援方式——送饭。现在,他们每天能准备1.25万份饭菜,并由军方人员用快艇、直升机等运往灾区。

作为专业厨师,志愿者卡松主动承担起后厨工作。他说,为了保证食材供应,社区厨房和当地的主要连锁超市建立合作,由超市募集善款并为厨房提供必要的食材。“我们从来不知道哪些人捐了款,多数人只



在斯里兰卡首都科伦坡郊区,志愿者在一处援助热带气旋“迪特瓦”灾民的社区厨房准备食物。
新华社发

是留下善款后就离开,我们从心底里感谢他们。”

除了为灾民做饭,社区厨房还承担起救援物资中转站的功能。这里的创始成员萨比尔告诉记者,他们近期

还收到不少爱心人士捐赠的日常用品,“每份捐献都十分重要,因为在灾区,很多人现在一无所有”。

“一开始,我们这家社区厨房只有6个人,但随着我们在社交媒体上发布内

容,越来越多的人开始联系我们,希望加入。”萨比尔说,现在,社区厨房的志愿者来自科伦坡、尼甘布、加勒等地,大家身份、职业各不相同,有人白天上班、晚上赶来帮忙。

采访期间,不时有车停下,送来一袋又一袋物资。

萨比尔告诉记者,社区厨房的物资募集也大多通过社交媒体进行,志愿者们将收集到的物资需求发布到社交媒体上,并与有意捐赠的网民联系,每天收取和送出的物资都要明确记录在案。得益于这种“点对点”的高效对接,社区厨房开办几天来收到的捐赠物资总值已接近2万美元。

在小楼门前,记者遇到正在搬物资的阿努拉达。阿努拉达自己在科伦坡市郊的住所已被淹没,家中财物几乎损失殆尽。阿努拉达说,“留在家,我只能对着自己的损失发愁。但是在这里,我可以帮助很多人。”

时间临近中午,社区厨房里带着米香的烟火气缭绕。小楼前的车道上,一辆满载物资的皮卡车已整装待发,准备将打包好的饭菜连同真切的关爱一起送到急需帮助的人们手中。

在这场自然灾害面前,斯里兰卡众多的平凡人在用自己的善意善举努力温暖着灾区人们的心。

小小一支笔,技术含量高

经董事会讨论通过,以“中国铅笔厂”名称,向政府实业部立案。董事会由潘公展任董事长,吴羹梅、章伟士等6人为董事(后来钱新之、黄炎培也加入董事行列)。由于该厂名容易与已经倒闭的北平铅笔公司混淆,实业部没批准,建议另换一个名称。吴羹梅又递上“中国国货铅笔厂”的名称,还是没能通过。这时厂里已经准备好试生产,却迟迟不能在实业部立案。为此吴羹梅心急如焚,到处寻关系,托人疏通。终于找到实业部的一位科长,他向吴羹梅面授机宜,讲改成“中国标准国货铅笔厂”就容易通过了。于是“三剑客”就以此名称立案。果然申请交给实业部不久,即1935年上半年便获得通过。经过半年折腾,厂牌终于可以大大方方横挂在工厂大门门楣上了。

中国标准国货铅笔厂(简称“中铅”)的厂名确定之后,开始搭建厂领导班子,吴羹梅为厂长兼协理。协理就是指企业中协助经理主持业务的人,地位仅次于副经理;郭子春任工程师兼工务科科长;章伟士任经理兼财务科科长。建厂初期设5个科室,每个科室仅两三人,工务科下面设铅笔板、笔芯、笔杆和成品4个生产车间,全厂职工有五六十人。

1935年春天,机器和原料陆续到位,开始试生产。别看一支小小的铅笔,其制造工艺却较为复杂,要经过几十道工序。记得笔者小时候看过一部由北京科学教育电影制片厂摄制的彩色科教纪录片《一支铅笔》,该片由编剧张天



纪、导演赵莹采用拟人化的手法,生动、形象地展示了一支铅笔是如何制造出来的。

首先是生产铅笔板。铅笔工业用材属于特种用途的选材。适合做铅笔板的木材,其木质包括外观和内部质量两个方面。外观上木材通直,近似圆柱形,少节或无节,无损伤、无病虫害;内部木材不偏心、树心不腐烂、无虫眼、无开裂。

我国能基本符合以上要求的木材,要数东北大兴安岭森林里的椴木最佳。由于过度砍伐,椴木资源越来越少,成为珍稀树种,现在较多采用速生的杨木。

铅笔板加工的主要工艺流程是:将原木锯断,即先把较长的或带有一定缺陷的原木按照标准进行截断;开解,即将锯断的原木锯成所需规格要求的木块;开方,即对锯断的木块两边进行加工。木材开方后,根据材质,将新鲜木块装筐,蒸煮。木材的蒸煮,指的是用蒸汽或热水对木块进行加热,目的是改变木材的物理性质,使得木材软化,增加可塑性。将蒸煮处理后的木块用机器切出一片片铅笔板,每块铅笔板约1支铅笔长、6支铅笔断面宽,1支铅笔断面厚;

经过切板机切制的铅笔板,含水率一般为70%左右,如果不通过干燥将其含水率降到18%以下,不仅难以进行铅笔加工,且在铅笔板保存过程中容易引起变色和腐朽,并在加工过程中还会因为水分蒸发而发生干缩变形,造成铅笔开胶、裂缝等各种质量疵病。铅笔板干燥后,为了满足铅笔使用要求,还要对铅笔板进行变性处理,以改变其原来的坚硬性质,增加木材的松柔性,提高木材的脆性和收缩膨胀的稳定性。因为用铅笔就要卷削,如果铅笔板材质过硬,用小刀或卷笔刀卷削不动,笔芯露不出头,怎么写?

其次是制造笔芯。笔芯的主要成分是石墨和黏土。石墨是经过石墨矿提纯和粉碎加工处理细度为120目以上的成品石墨粉末。黏土则是由矿坑采掘出来的黏土矿物。这些原料运到厂里后都还未经深加工处理。原料深加工处理的目的在于提高原料的纯度和细度,改善原料的质量和性能。提高石墨细度是采用粉碎机将粗颗粒原料粉碎磨细。提高黏土的纯度和细度的方法则是淘洗法和电泳法。我国大部分采用淘洗法,其目的就是将黏土中的粗颗粒杂质除去,

原理是根据司笃克斯定律,即颗粒的直径越大,其沉降速度也越快。黏土淘洗装置包括搅拌机、稀释池、淘洗池、分离器、沉淀池等。

将加工后的石墨和黏土原料,根据笔芯硬度划分,按照规定配方,混合调和,配成笔芯料。当年吴羹梅在日本真崎大和铅笔株式会社铅笔厂实习时,日本人对中国人保密的就是笔芯配方,即石墨和黏土的比例。配料便是根据配方将石墨和黏土混合成一体,再经过蒸汽捏练机搅拌,就像和面一样,再经三辊机研磨,成为薄片。把薄片放入锤击机锤击成粗粗壮的圆柱形笔芯棒,通过压芯机,挤压成一根根又细又长的笔芯。这时的笔芯一般含水量较高,笔芯松软,还不能书写,必须经过高温干燥蒸发水分,令笔芯逐渐失去可塑性,具有一定的强度,基本上才算大功告成。为什么说是基本上呢?因为笔芯干燥后会生在其内部留下微小气孔,容易吸潮。且笔芯变硬后缺乏滑腻感。所以要通过油芯的方法,在气孔中浸入油脂和蜡,以改善其书写功能,并可在一定范围内调节笔芯的硬度。

再次是制造白杆铅笔。将制成的笔芯和铅笔板一起送入笔杆制造车间。先创槽,即在1块铅笔板上创出6道槽,并在6道槽内分别装进笔芯,接着把另外1块没装笔芯的铅笔板胶合在一起,烘热固定,再通过刨杆机刨成一支支白杆铅笔。

最后是铅笔成品车间的工序。铅笔杆用木材制作,容易吸收空气中的水分而发生变形弯曲或开裂,导致笔芯折断或笔杆脱胶。为了防止上述现象出现,并增加铅笔外形的美观度,标示出笔杆内笔芯的颜色,通常对白杆铅笔进行上漆装饰。油漆间是成品车间里最大的班组。

(七)

连载

解
秋
日
报

连载广告

刊登内容

金银首饰 百货卖场 休闲旅游

儿童用品 食品餐饮 建材装潢

体育健美 超市促销 家具厨卫

家用电器 婚纱摄影 品牌人物

酒类饮品 医药保健 教育出版

电话: 021-22898598